

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画 令和元年度事業の評価・検証結果要約

【1. 経営発達支援計画について】

「小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成及びその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を経済産業大臣が認定

【2. 盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画について】

平成27年7月の第1回認定に続き、平成30年3月の第5回認定において、2回目の認定を受ける。現在、5年計画の2年目。(期間：平成30年4月1日～令和5年3月31日)

※第2期経営発達支援計画において行政等との「連携事業」を含む21事業活動を実施。

※商工会議所認定数：396か所(全国515商工会議所中) 認定率76.9%

県内全ての商工会議所が認定済み。当所と花巻商工会議所が第2期計画の認定を受けている。

【3. 事業の評価・検証の目的】

・評価・検証は、事業のマネジメントサイクルである PDS (plan=計画策定、do=事業の実施、see=計画の振り返り) システムを本認定事業で実践することにより、管内小規模事業者の持続的発展に向けた盛岡商工会議所の役割機能の一層の充実を図ることにある。従って、評価・検証は、今後のより有効な対策を講じることを目的としている。

【4. 事業の評価・検証の方法】

- (1) 事業計画に基づき担当部職員が実績をまとめ、内部評価を行う。
- (2) 評価・検証委員会にて、各事業の総合評価を行う。
- (3) 評価・検証委員会の審議結果(総合評価)は、中小企業振興委員会で決定の上、常議員会で承認を受け、議員総会において報告。

【5. 令和元年度 事業の評価・検証作業の経緯】

- 令和2年1月31日 各事業の担当部署にて内部評価を実施。
- 令和2年2月7日 第1回 第2期経営発達支援計画「評価・検証委員会」開催。事業評価・検証の目的、実施事業について確認。
- 令和2年2月21日 第2回 第2期経営発達支援計画「評価・検証委員会」開催。総合評価(案)の確定。
- 令和2年3月4日 中小企業振興委員会開催。総合評価案の決定。

【6. 事業評価・検証にかかる今後の機関決定スケジュール】

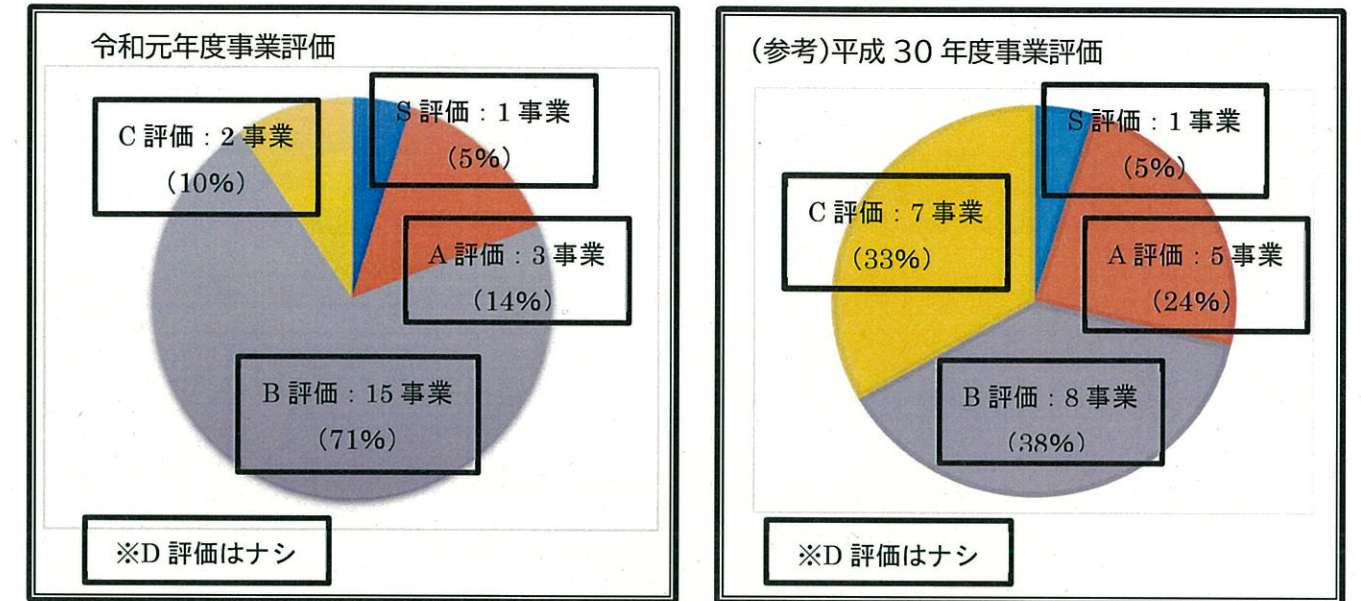
- (1) 3月13日「第12回常議員会」/ (総合評価案) 承認(議案第2号)。
- (2) 3月25日「第2回通常議員総会」/ (総合評価) 報告。

【7. 事業評価について】

(1) 第2期経営発達支援計画実施の21事業の評価について

<評価基準について>

- S: 目標達成水準である A: ほぼ達成水準である B: 未達であるが順調に推移している
C: 改善努力が必要である D: 事業の見直を要する



●令和元年度の事業評価と平成30年度事業評価を比較すると、C評価事業が減少し、改善が認められるもののA評価事業が前年度比較で2減少した結果となった。

(2) 令和元年度事業評価を受けての令和2年度対応方針等

B評価の「15事業」については次年度A評価を目指すとともに昨年度A評価から、B評価となった「2事業」および、C評価の「2事業」について、下記の改善をおこない、次年度の充実を図る。

I-4-(1) ① 定期的なフォローアップの実施 ①既存事業者 (C評価)

→ 巡回、窓口での積極的な支援をおこなうことでフォローアップ強化に努めるとともに商工会議所 TOTAL OA SYSTEM (TOAS) 等を有効的に活用し、事業者が抱える相談内容等の情報共有を職員間で図ることでの確な支援へ繋げる。

I-6-(1) 「もりおか広域・逸品フェア」事業 (B評価)

→ 来場者の増加、内容の充実に向け、周知方法、開催場所、出展者の業種検討等をおこなうことにより改善を目指す。

I-6-(3) 「販路開拓・拡大塾」事業 (B評価)

→ セミナーの内容を充実させることにより参加者の満足度向上を図り、改善をおこなう。

II-(1) MORIO-J ポイントサービスの普及と推進 (C評価)

→ 外的要因により加盟店が減少する結果となったが、引き続き加盟店の拡大に注力するとともに利用者の満足度向上にも目を向けたサービスの検討も視野に入れる。

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画事業「評価・検証委員会」評価・検証総括表(令和元年度)

| 事業番号 | 事業名 | 事業実施に係る補足事項 | H30 結果 | 内部 評価 |
|---------|-----------------|---|-----------|----------|
| I-1 | 地域経済動向調査 | 創業や新規事業の展開を目指す事業主向けに市場調査に基づく需要分析を提供する。 | B | B |
| I-2 | 経営状況の分析 | 小規模事業者が自社の経営状況を適切に把握することで、計画作成の一助とする。 | C | B |
| I-3-(1) | 既存事業者向け事業計画策定支援 | セミナー受講後、指導員による巡回支援等の継続支援により、販路開拓に繋がる支援を行う。 | B | B |
| I-3-(2) | 創業予定者向け事業計画策定支援 | 創業スクールは、受講者を増やすことより、起業をしたい意志の強い者の獲得に注力する。 | B | B |
| I-3-(3) | 事業承継向け事業計画策定支援 | 事業者の掘り起しや事業承継の観点から、次世代塾を実施するとともに事業承継診断先への個別支援を行う。 | B | B |

| 委員評価 | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 委員 ① | 委員 ② | 委員 ③ | 委員 ④ | 委員 ⑤ | 委員 ⑥ | 委員 ⑦ |
| B | B | B | A | A | B | B |
| B | B | B | B | B | B | B |
| B | B | B | B | B | B | B |
| A | B | A | A | B | B | B |
| B | B | B | B | B | C | B |

| 総合評価 | 評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する |
|------|--|
| | 改善提言、意見など |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●外部情報収集は、数値目標があることがわかっているならば、計画的に達成できる。しっかりとした目標管理を行うこと。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●セミナー等を予定以上に開催する必要は無い。優先順位を付けて、個別企業訪問に基づく経営分析の件数をしっかりと確保すること。 ●計画策定の目標値などのすべての入り口となる定量目標につき、達成のための具体策を検討・実行すること。 ●分析対象企業の条件を定め(例えば業績悪化先等)、その後の推移をモニタリングし効果測定した上で、PDCAを回すことが大事である。 ●経営分析やフィードバックの対応など、どのようなことを行っているかが分かりづらい。定義や指針をもっと具体的にすること。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●日頃のフォローアップを通し、セミナー参加者の確保を確実なものとする。 ●計画策定の定量目標数も大事だが、対象企業の条件を設定することで、その後の改善推移を明確化し、効果測定を重視したほうがよい。 ●実現性のある経営計画作成のポイントを理解できたのであれば、会議所内で共有し、いかにセミナー参加者の増加に繋げていくかが次年度の課題である。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●創業案件は信用保証協会の利用が大半になるかと思われる。協会の専門家派遣(計画作成など)とタイアップするのも効率的である。 ●良い創業事例があれば、その事例紹介を行い、受講者および創業者の拡大につなげていくこと。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●次世代塾の参加者は目標を満たしているが、計画作成および相談につなげていない。内容を工夫して、効率的に相談、計画作成に繋がるようにすること。 ●承継コーディネーター事業、事業引継ぎ事業とも会議所事業である。もっと連携を密にすれば成果が出るものと思われる。 ●各金融機関が力を入れている分野であり、他機関との連携・協調の方法論を検討すること。 ●承継計画の進まない理由のひとつとして事業者の現況が芳しくないという点がある。事業者・後継者の掘り起こしと共に、既存事業の磨き上げ・改善を視野に入れて継続支援を考えるのが良い。 |

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画事業「評価・検証委員会」 評価・検証総括表(令和元年度)

| 事業番号 | 事業名 | 事業実施に係る補足事項 | H30 結果 | 内部 評価 | 委員評価 | | | | | | | 総合評価 | 評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する |
|----------|----------------------------|---|-----------|----------|------|----|----|----|----|----|----|------|--|
| | | | | | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | | |
| | | | | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | | |
| I-4-(1)① | 定期的なフォローアップの実施 ①既存事業者 | 専門家を活用し、計画作成の支援をしたが、その後のフォローアップはできていないことから、計画の進捗状況を確認する。 | C | B | C | B | C | C | B | D | B | C | <ul style="list-style-type: none"> ●フォローアップの定義を明確化して、計数を正確に行うとともに事業の重要度を理解して、結果に繋げる努力をすれば必然的にフォローアップに繋がる。 ●TOAS(商工会議所トータルOAシステム)の有効性が見えてこない。有効な活用方法について議論・共有を深めてほしい。 ●最も国が力を入れて欲しい項目である。達成できるための具体策の検討・実施が必要である。 ●支援企業の目標達成率など、効果測定も加えるべきである。 ●小規模事業者の支援のスタートは巡回指導(フォローアップ)である。セミナーや補助金申込を待っているだけでは件数は伸びない。巡回指導を強化すべきである。 ●昨年も同様の意見であるが、人員配置の再検討を望む。スキルを持った職員の不足、マンパワー不足である。 ●定期的な事業所訪問も大事だが、メールや電話での対応や相談の受付、それに応じての専門家や他の支援機関の活用もフォローアップに繋がる。 ●セミナー集客や計画書策定は事業者次第であるのに対し、定期フォローアップは職員主導で行えるものである。特に昨年のような大きな環境変化下においては、積極的な接触・支援は必須である。実績に反映されるような指標にすべきである。 |
| I-4-(1)② | 定期的なフォローアップの実施 ②創業予定者 | 創業計画との乖離等フォローアップに努める。 | C | B | C | B | B | C | B | B | B | B | <ul style="list-style-type: none"> ●計画作成支援件数とフォローアップ件数を見ると1社1回としても半分以下のフォロー状況である。全国的に見ても起業率が低い現状を考え、他事業にも増して当事業のフォローアップへの重点化が望まれる。 ●最も国が力を入れて欲しい項目である。達成できるための具体策の検討・実施が必要である。 ●支援企業の目標達成率など、効果測定も加えるべきである。 ●定期的な事業所訪問も大事だが、メールや電話での対応や相談の受付、それに応じての専門家や他の支援機関の活用もフォローアップに繋がる。 |
| I-4-(1)③ | 定期的なフォローアップの実施 ③事業承継予定者 | 事業引継ぎ支援センターと連携を密にし、丁寧に対応する。 | C | B | B | B | C | B | B | B | B | B | <ul style="list-style-type: none"> ●目標数値が高めであるにも関わらず、良い成績を残している。フォローアップ回数の改善を期待する。 ●最も国が力を入れて欲しい項目である。達成できるための具体策の検討・実施が必要である。 ●定期的な事業所訪問も大事だが、メールや電話での対応や相談の受付、それに応じての専門家や他の支援機関の活用もフォローアップに繋がる。 ●件数を増やすには、初めから「事業承継」をテーマにした接触ではなく、現況のヒヤリングや接触を通じて、事業承継の必要性を説いていくほうが良い。 |
| I-5-(1) | 「もりおか広域・逸品フェア」来場者への需要動向調査 | 事前説明会において、本調査を行う意義を丁寧に説明するとともに、アンケート内容を精査する。 | C | B | B | B | C | B | B | B | B | B | <ul style="list-style-type: none"> ●次年度も個社支援件数が同じであれば、希望を聞くのではなく全ての出展者へ支援すべき。 ●アンケートの回答率向上に向けての改善検討が必要である。例えば、人数を決めて回答者全員に粗品を渡す方法がよいのではないかな。 ●会議所の支援と出展企業の希望とにギャップがあるのではないかな。検証が必要である。 |
| I-5-(2) | 「もりおか街なかゼミナール」参加者への需要動向調査 | 受講者に対しアンケートを行い、結果を参加店で共有し、もりゼミ反省会において、参加店同士で自店の取り組みを共有できる機会を提供する。 | B | A | A | A | A | A | A | B | A | A | <ul style="list-style-type: none"> ●大きく定量目標を超えており、達成水準と認められる。 ●定量目標は達成できている。継続していくことが大事である。 |

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画事業「評価・検証委員会」評価・検証総括表(令和元年度)

| 事業番号 | 事業名 | 事業実施に係る補足事項 | H30 結果 | 内部 評価 | 委員評価 | | | | | | | 総合評価 | 評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する 改善提言、意見など |
|---------|------------------|---|-----------|----------|------|----|----|----|----|----|----|------|---|
| | | | | | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | 委員 | | |
| | | | | | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | | |
| I-6-(1) | 「もりおか広域・逸品フェア」事業 | 当日の売上増加対策や商品・サービスをフェア終了後の来店・来客につなげる対策を検討する。 | A | B | B | B | A | B | C | C | A | B | <ul style="list-style-type: none"> ●来場者に飽きられている感あり。人数維持のためには異なった切り口が必要。 ●参加業種を選定(場合により統一)したり、集客のためのコンテンツの充実等、来場者を増やす工夫が必要。 ●費用対効果を考えると来場者数の目標値が低いと感じる。プロモーション戦略を練り直し、フェア自体の認知度を上げていく必要あり。 ●告知方法について、ラジオ、テレビでの生の告知が効果があるのではないかな。 ●会場について、ホテルではなく、無料駐車場があるイベントスペースで開催すれば来場者数が増えると考え。 |
| I-6-(2) | 「もりおか街なかゼミナール」事業 | 参加店から受講者に対し、アフターフォロー(お礼状等)の実施を徹底し、売上増加に繋げる。 | B | A | S | A | A | A | A | B | A | A | <ul style="list-style-type: none"> ●非常に優れた成果を出している。アフターフォローの継続が重要である。 ●実績が出ていることは良い事である。お客様が自店のこだわりやサービスに理解を深め、それによって事業者が更なる企業努力をし、売上増加に繋がって欲しい。 |
| I-6-(3) | 「販路開拓・拡大塾」事業 | アンケート結果も鑑み、販路開拓・拡大に関し小規模事業者が抱える課題に沿った内容で実施する。 | A | B | B | B | B | B | A | A | A | B | <ul style="list-style-type: none"> ●順調に推移していると判断されるが、昨年度のA評価から内部評価がB評価へ下がった原因追及とアンケート結果に基づく改善が必要である。 ●「売上増加」は実施年度中に効果が必ず現れるものではない。アンケートの満足度を指標にしたほうが良い。 ●アンケート結果に基づき「応用編」や「上級編」の開催によって受講者の増加および受講した事業者のスキルアップに繋がると思われる。 |

盛岡商工会議所 第2期経営発達支援計画事業「評価・検証委員会」評価・検証総括表(令和元年度)

| 事業番号 | 事業名 | 事業実施に係る補足事項 | H30 結果 | 内部 評価 |
|--------|----------------------------|--|-----------|----------|
| II-(1) | MORIO-J ポイントサービスの普及と推進 | ポイント事業の根幹である加盟店拡大、並びに流通ポイント増加のための販売促進活動に注力する。 | C | C |
| II-(2) | 盛岡さんさ踊り | ホームページ等情報ツールの多言語化の推進や地域事業者への波及効果をより一層高めていく。 | S | S |
| II-(3) | もりおか広域まるごとフェア | コンセプトを再検討するとともに市やJAなどと連携し、飲食屋台の出店に留まらないイベントを目指す。 | B | B |
| II-(4) | 地元(岩手県産)食材活用推進事業 | 集客支援ツールのリニューアルや地域飲食業の更なる活性化を図る。 | A | B |
| II-(5) | 中心商店街と連携したイベント等の実施 | 市内商店街へ実態調査を実施し、HP等にてイベント情報を発信する。 | A | B |
| III-1 | 他の支援機関との連携を通じた支援ノウハウ等の情報交換 | 各種会議や研修会へ参加し、人脈形成や経営支援の現場に役立つ知識習得に努める。 | B | B |
| III-2 | 経営指導員等の資質向上等 | 支援現場で活用する共有マニュアルの作成や資質向上に向けた勉強会を開催する。 | C | B |
| III-3 | 事業の評価及び見直しをするための仕組み | 各評価・検証を行い、得られた評価結果に基づき次年度の改善を進める。 | A | A |

| 委員評価 | | | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 委員 ① | 委員 ② | 委員 ③ | 委員 ④ | 委員 ⑤ | 委員 ⑥ | 委員 ⑦ |
| C | C | C | C | C | C | C |
| S | S | S | S | A | - | S |
| B | B | B | B | B | B | B |
| A | B | B | A | B | B | B |
| B | B | B | B | B | B | B |
| B | B | B | A | A | - | B |
| B | B | B | B | A | C | A |
| A | A | A | A | A | A | A |

| 総合評価 | 評価・検証結果 S:目標達成水準/A:ほぼ達成水準/B:未達であるが順調に推移している C:改善努力が必要である/D:事業の見直しを要する |
|------|---|
| | 改善提言、意見など |
| C | <ul style="list-style-type: none"> ●ななっく閉店の影響は大きい、減少傾向は依然から継続していることである。他の電子マネーの普及によりさらに苦戦が予想される中で現在の利用者が離れないような活動を継続することが重要である。 ●抜本策がより実効性のあるものであることに期待。 ●ポイント事業の根幹となる加盟店の拡大も大事だが、消費者が得たと認識できるサービス内容を考える事が必要である。 ●目標未達は外部環境によるものが大きいと推察するが、事業を見直す良い機会と捉えるべきである。 |
| S | <ul style="list-style-type: none"> ●定量目標の指標は「入れ込み数」ではなく、対効果が見えるものが望ましい。 ●小規模事業者に対する波及効果が分からない。数値的なもので示すべきである。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●天候の影響があり、やむを得ない結果である。 ●来場者の「飽き」が感じられる。新しい切り口が必要である。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●目標を達成しており、達成水準と認められる。 ●登録店舗数の割に一般認知度が低いと感じる。プロモーション面の強化が必要である。 ●登録後の収益面等の効果測定を行い、事業に生かして欲しい。 ●「売上増加」効果を測定すべき。効果が認められれば自然に登録数は増える。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●新規加入促進以外の指標では、A評価である。新規加入促進を連携して実施できなかった理由を明確にして次年度実施すること。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●自主事業(イベント)の開催、計画作成支援・フォローアップ、研修会の参加など様々な事業があるが、バランスが重要。もし企業のフォローアップ等の業務に手が回らないのであれば、研修会などへの参加は調整すべきである。 ●内容が商工会議所職員として当然のものであり、評価はB評価以外ないと思われる。必要性に疑問。 ●職員自身が事業者の立場になった前提で「どのような支援があればありがたいか」考えて実践することが必要。 |
| B | <ul style="list-style-type: none"> ●昨年からの継続しているが効果が感じられない。ベテラン経営指導員のようなロールモデルの存在が必要である。 ●身に付けたスキルを事業者の支援にどんどん活かすこと。 ●事業内容や支援内容は多岐にわたる。「広く浅く」ではなく、環境に合わせたメリハリのある支援も時には必要である。 |
| A | <ul style="list-style-type: none"> ●事業評価に関する指摘事項が改善に生かされていると思われる。 ●本委員会でコメントが付され、次年度の計画実行に反映する内容等を取り纏めたものを開示して欲しい。 ●様々な角度からの評価・検証として、外部委員の小規模事業者を毎年替える事は良い。 ●試行錯誤であるが、実効性のある委員会にしていくことを望む。例えば期中での修正も鑑み、半期(9、10月頃)に一度、進捗確認のために委員会を開催することも必要である。 |